



## แบ่งปันโอกาส สรรสร้างคุณค่าสังคม



### เป้าหมายปี 2563

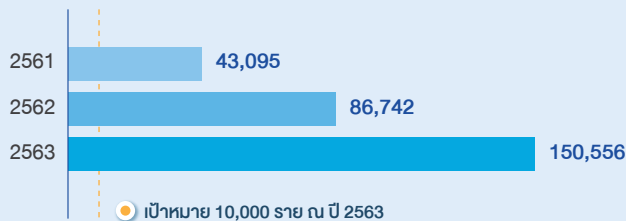


เกษตรกร หรือ ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง  
ได้รับการส่งเสริมอาชีพและรายได้

จำนวน **10,000** ราย

### ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

จำนวนเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ  
และรายได้ (จำนวนรายสะสม)



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563



จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ **28,319** ราย



จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ **32,551** ราย



จำนวนกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ **2,944** ราย

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่**  
1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัยที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกระดับ  
1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจนและเปราะบาง



**SDG2 ยุติความหิว บรรลุความมั่นคงทางอาหารและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน**  
2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ ชาวประมง โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดิน กรรพยารและปัจจัยนำเข้าในการผลิตความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน  
2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีที่มีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัย และภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยให้คนที่มีดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง



**SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ**  
10.1 ให้บรรลุอย่างต่อเนืองและการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจน



สามารถติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ผ่าน QR Code

## ความเสี่ยงและโอกาส

รายงานของธนาคารโลกในปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าอัตราความยากจนอย่างเป็นทางการในประเทศไทยมีค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รายได้ครัวเรือนที่ลดลงทำให้เกิดความท้าทายอย่างมากต่อการลดความยากจน และเนื่องด้วยผลกระทบเชิงลบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ยิ่งส่งผลให้สถานการณ์ความท้าทายดังกล่าวแย่ลงมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวไม่เพียงแต่กระทบต่อบริษัท หากแต่ยังกระทบโดยตรงต่อสังคมในทุกภาคส่วน ทั้งนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีความมุ่งมั่นอย่างยิ่งในการสร้างคุณค่าทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ มากกว่าการมุ่งเน้นผลลัพธ์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว อีกทั้ง บริษัทยังมีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤติ ซึ่งสามารถส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ความตระหนักถึงความสำคัญของสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ผ่านการส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลาย อาทิ การเสริมสร้างทักษะและองค์ความรู้ต่าง ๆ การสร้างอาชีพ การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างโอกาสให้กับกลุ่มเกษตรกร วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มเปราะบางทางสังคม ให้มีโอกาและบทบาททางสังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในปี 2563 บริษัทยังคงดำเนินการต่อยอดโครงการระยะยาว และสร้างสรรค์โครงการใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่สังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### ความคืบหน้าปี 2563



โครงการต่อเนื่องกล้วยหอมทองและต่อ ยอดสู่โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย



โครงการต่อเนื่องซิกซูชาวนา ผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย ต่อยอดสู่โครงการพัฒนาศักยภาพชาวนา



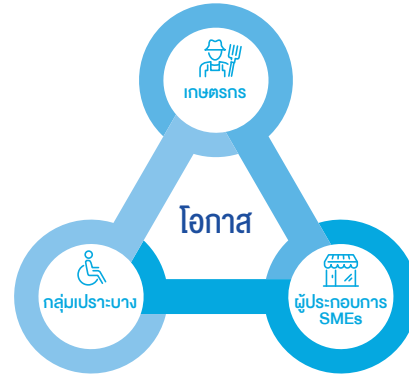
โครงการต่อเนื่องเกษตรกรคู่ชีวิต



โครงการต่อเนื่องกาแฟสร้างอาชีพ



โครงการพัฒนาเกษตรกรชาวเขาเพื่อชีวิตที่ดีกว่า



## แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)



สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ได้ส่งผลกระทบต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของประชากรในสังคมอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้และอาชีพ บริษัทจึงมุ่งดำเนินการหามาตรการช่วยสนับสนุนกลุ่มเกษตรกร วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง เพื่อช่วยเยียวยาการได้รับผลกระทบ ตลอดจนสื่อสารและมอบองค์ความรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

## สรุปผลการดำเนินงานด้านการสร้างคุณค่าทางสังคม

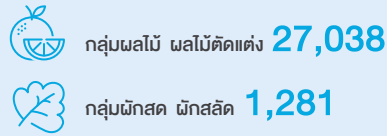


### เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้

จำนวนเกษตรกร ทั้งหมด (ราย)



จำแนกประเภทเกษตรกร (ราย)



มูลค่าการซื้อ  
**987**  
ล้านบาท

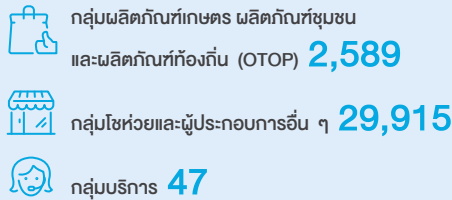


### วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้

จำนวน SMEs ทั้งหมด (ราย)



จำแนกประเภท SMEs (ราย)

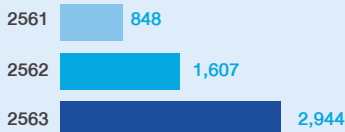


มูลค่าการซื้อ  
**9,671**  
ล้านบาท



### กลุ่มประชากรที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้

จำนวนกลุ่มประชากรทั้งหมด (ราย)



จำแนกประเภทการจ้างงาน สร้างรายได้  
กลุ่มประชากร (ราย)



มูลค่าการสนับสนุนรายได้  
กลุ่มประชากร

**84**  
ล้านบาท

จำแนกประเภทการส่งเสริมทักษะอาชีพ  
กลุ่มประชากร (ราย)



ในปี 2563 บริษัทมีการบริหารจัดการด้านคุณค่าทางสังคมผ่านการสนับสนุนและส่งเสริมโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคเพื่อการกุศล การร่วมลงทุนทางสังคม ตลอดจนกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ผ่านช่องทางการสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบงบประมาณและสิ่งของ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและจำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานที่ทำงานร่วมกับบริษัทคิดเป็นมูลค่า ดังนี้

### รูปแบบการสนับสนุน



งบประมาณ

**248.52** ล้านบาท



สิ่งของ

**141.84** ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการ  
บริหารจัดการ

**3.15** ล้านบาท



มูลค่าจำนวนชั่วโมงจิตอาสา  
ของพนักงาน

**6.08** ล้านบาท

### ประเภทของการสนับสนุน



การบริจาคเพื่อการกุศล

ร้อยละ: **14.20**



การร่วมลงทุนทางสังคม

ร้อยละ: **41.14**



กิจกรรมเชิงพาณิชย์

ร้อยละ: **44.66**


## ส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี


บริษัทมุ่งดำเนินงานการส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเกษตรกรมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การส่งมอบองค์ความรู้ในการพัฒนา บริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในที่ดินทำกิน การส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีการเกษตร พร้อมทั้งสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ในปี 2563 มีการสนับสนุนเกษตรกรผ่านโครงการต่าง ๆ ภายใต้โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย ซึ่งต่อยอดความสำเร็จจากโครงการกล้วยหอมทอง ขยายผลมายังกลุ่มสินค้าทางการเกษตรอื่น ๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล กลุ่มผลไม้ตัดแต่ง กลุ่มผักพร้อมปรุง และกลุ่มสลัดผัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าทางการเกษตรมีมูลค่าสูงขึ้น มีตลาดที่แน่นอน ตลอดจนการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น


นอกจากนี้ การดำเนินงานด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 1 ที่มุ่งดำเนินงานเพื่อลดความยากจนทั้งทางเศรษฐกิจ และมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพทางการเกษตร และรายได้ของผู้ผลิตเพื่อมุ่งขจัดความหิวโหย และเป้าหมายที่ 10 ที่มุ่งสนับสนุนการเติบโตของรายได้ประชากร เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านความเป็นอยู่ของเกษตรกร


### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย


สร้างรายได้และความมั่นคงให้กับครอบครัว  
เกษตรกร และ SMEs

 รวม **1,367 ราย**  
พื้นที่เพาะปลูก **35,283 ไร่**

 กลุ่มกล้วย **1,215 ราย**  
พื้นที่เพาะปลูก **21,247 ไร่**

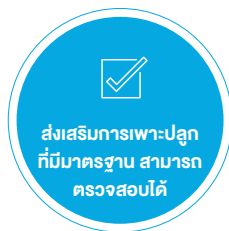
 กลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล **70 ราย**  
พื้นที่เพาะปลูก **1,420 ไร่**

 กลุ่มผลไม้ตัดแต่ง **37 ราย**  
พื้นที่เพาะปลูก **12,341 ไร่**

 กลุ่มผักสด สลัดผัก **45 ราย**  
พื้นที่เพาะปลูก **275 ไร่**

## โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการกล้วยหอมทอง เป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 โดยดำเนินการสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ตั้งแต่การทำสื่อการสอนให้ความรู้แก่เกษตรกร ส่งเสริมการปลูกอย่างมีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา การแปรรูป ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



โครงการกล้วยหอมทองประสบความสำเร็จตามแนวทางและเป้าหมายของบริษัท ซึ่งไม่เพียงแต่จะทำให้รายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่มขึ้น หากแต่ยังช่วยให้เกิดการจ้างงานในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 โครงการกล้วยหอมทองดำเนินการครอบคลุมพื้นที่การเกษตรกว่า 19,056 ไร่ ใน 41 จังหวัดทั่วประเทศไทย ทั้งนี้ จากการประเมินผลกระทบจากดำเนินงานในปีที่ผ่านมาพบว่าโครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ 42 เท่า



รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นของ SMEs และเกษตรกร เพิ่มขึ้น 776,282 บาท หรือ เพิ่มขึ้น 3.61 เท่า (เปรียบเทียบกับก่อนเข้าร่วมโครงการ)



จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ลดลงร้อยละ 7.8 (เปรียบเทียบกับปี 2562) พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.5 (เปรียบเทียบกับปี 2562)



ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดกว่า 275,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 100 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 865 ล้านบาท



### ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ที่มั่นคง
- เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร
- พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร



### ผลกระทบด้านสังคม

- สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกกล้วย
- สร้างอาชีพถ่ายถอดจากรุ่นสู่รุ่น
- การพึ่งพาตนเองแบบยั่งยืนของชุมชน เกิดเป็นกลุ่มเกษตรกรเข้มแข็ง มีความสามารถในการแข่งขัน
- สุขภาพที่ดีขึ้นของคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการลดการใช้สารเคมี



### ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้สารเคมี เพิ่มการใช้สารชีวภาพ
- ลดการปนเปื้อนและตกค้างของสารเคมี ในพื้นที่การเกษตร
- ลดการใช้น้ำหรือทรัพยากรอื่น ๆ ลง และใช้ให้คุ้มค่าตามหลัก GAP
- คุณภาพดินได้รับการรักษาตามหลัก GAP



### คุณค่าทางเศรษฐกิจ

- เกษตรกร และ SMEs เข้าร่วมโครงการ 1,125 ราย
- พื้นที่เพาะปลูกรวม 19,056 ไร่
- รายได้ของผู้ร่วมโครงการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 776,282 บาทต่อรายต่อปี
- ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดกว่า 275,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 100 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 865 ล้านบาท



### คุณค่าทางสังคม

- สร้างงาน และสร้างอาชีพให้กับชุมชน โดยส่งเสริมให้โรงคัดบรรจุแต่ละภูมิภาค สามารถรับกล้วยหอมทองได้จากเกษตรกรในพื้นที่ เป็นการกระจายรายได้และอาชีพไปยังชุมชน
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถขยายโรงคัดบรรจุครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อส่งกล้วยหอมทองให้กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกว่า 12,432 สาขา คิดเป็นมูลค่า 865 ล้านบาท



### คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้สารเคมีที่เหมาะสมในปริมาณที่ปลอดภัย ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพ และชีวภัณฑ์ ทำให้การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีลดลงกว่าร้อยละ 50 ลดต้นทุนให้กับเกษตรกร 600 บาทต่อไร่
- ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น
- ช่วยรักษาคุณภาพดิน

## การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ

### ด้านเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

(Total Annual Additional Net Revenue Generated for Farmer)

130.9

### ด้านสังคม (ล้านบาท)

(Total Annual Societal Impact from Plastic Production)

1.2

### ด้านสิ่งแวดล้อม (ล้านบาท)

(Total Annual Downstream Impact from Plastic Waste)

1.9

Upstream Impact

Downstream Impact



โครงการกล้วยหอมทอง ก่อให้เกิด

ผลกระทบเชิงบวก > ผลกระทบเชิงลบ

42 เท่า



## โครงการผลไม้ตามฤดูกาล

นอกจากโครงการกล้วยหอมทองแล้ว บริษัทมุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการผลไม้ตามฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็น ทุเรียนหมอนทอง มังคุดออร์แกนิก ส้มโอทับทิมสยาม และส้มสายน้ำผึ้ง โดยที่บริษัทเข้าไปมีส่วนร่วมกับเกษตรกรในกระบวนการผลิตและการขนส่ง ตลอดจนการสนับสนุนช่องทางการขายสินค้าทางการเกษตรดังกล่าวผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่นและช่องทางออนไลน์ อาทิ [www.shopat24.com](http://www.shopat24.com) เฟสบุ๊ก [www.24catalog.com](http://www.24catalog.com) และศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า เป็นต้น โดยในปี 2563 บริษัทมีการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรและกลุ่มเปราะบาง เช่น ส้มสายน้ำผึ้งจากสวนร่มเกล้า อำเภอบพพระ จังหวัดตาก เป็นต้น



สนับสนุนช่องทาง  
กระจายสินค้าทางการเกษตร  
ให้กับเกษตรกร

**21** ราย



จำนวนผลไม้และสินค้า  
ทางการเกษตรที่นำเข้ามา  
จำหน่าย

**81** รายการ



## โครงการพัฒนาศักยภาพชาวนา

ต่อยอดจากโครงการ “เชิดชูชาวนา ผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย” ซีพี ออลล์ ร่วมกับ โรงเรียนชาวนาพุทธเศรษฐศาสตร์ ไร่เจริญตะวันออก จังหวัดเชียงราย รวมส่งเสริมและพัฒนาทักษะองค์ความรู้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาผลผลิตนักเรียนชาวนา สู่มลพิษภัยเครื่องดีและเบเกอรี่” เพื่อการส่งต่อความรู้และรายได้ที่ยั่งยืน แก่นักเรียนของโรงเรียนชาวนา ไร่เจริญตะวันออก เพื่อให้ความรู้และถ่ายทอดเคล็ดลับการทำเบเกอรี่และเครื่องดี โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น อาทิ ลำไย สตอร์วเบอร์รี่ มาเป็นส่วนผสมหลัก เพื่อทดลองผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ เพื่อพัฒนาต่อไปเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาทิ คุกกี้ลำไย ซาลาเปาเห็ดหอม



นอกจากนี้ จัดอบรมให้ความรู้หัวข้อ “การจัดการร้านค้าปลีกยุคใหม่” และ “Good Manufacturing Practice (GMP) หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์การทำงานของบริษัท อาทิ การจัดการร้านค้าปลีกยุคใหม่ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการขออนุญาตผลิตภัณฑ์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ส่งต่อประโยชน์เพื่อไปพัฒนาร้าน ALL-Organic ซึ่งเป็นร้าน

ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรชาวนาที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อนำองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ  
เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ

**250** ราย



สามารถติดตามรายละเอียด  
เพิ่มเติมได้ผ่าน QR Code

## โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต

โครงการ “เกษตรกรคู่ชีวิต” โดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด เป็นหนึ่งในโครงการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น สร้างงานและสร้างอาชีพที่มีความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในชุมชน รวมไปถึงการบูรณาการองค์ความรู้ต่าง ๆ ในการทำเกษตรกรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ให้ความสำคัญกับการปลูกพืชภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสมตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) และการสร้างความมั่นคงทางอาชีพให้กับเกษตรกร โดยในปี 2563 โครงการได้มีการขยายผลการผลิตทางการเกษตรไปยังพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี ขอนแก่น ลำพูน และสุราษฎร์ธานี ซึ่งทำให้เกิดสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างประโยชน์ร่วมกันระหว่างชุมชน และองค์กรได้อย่างยั่งยืน

โครงการมอบความรู้ให้แก่เกษตรกรไทย 3 เรื่องหลัก ได้แก่

 ความรู้ทางวิชาการเกษตร

 ความรู้ทางการตลาด

 ความรู้ด้านเงินทุน

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมทักษะ:

การเพาะปลูก **91** ราย



เกษตรกรได้รับการรับรองการเพาะปลูก

ตามมาตรฐาน GAP ร้อยละ: **100**



เกษตรกรเข้าร่วมการตรวจสอบย้อนกลับ

ผ่านระบบ Cloud ร้อยละ: **100**



รายได้ชุมชนเพิ่มขึ้น **1.6** ล้านบาท



ค่าขนส่งวัตถุดิบที่ลดลงปีละ **4.3** ล้านบาท

## โครงการพัฒนาเกษตรกรไทย ก้าวไกลอย่างยั่งยืน (Smart Farm Development)

ดำเนินโครงการโดย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคู่ค้าเกษตรกร และคู่ค้า SME ในธุรกิจด้านการเกษตรผ่านการพัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ น่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐ และสอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เน้นการมีส่วนร่วมที่สามารถสร้างการเรียนรู้ วัตถุประสงค์และประเมินคุณภาพการผลิตได้ด้วยตัวเกษตรกรเอง

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เกษตรกรมากกว่า **200** ครอบครัว มีอาชีพและ

รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ **90** (เปรียบเทียบกับก่อนเข้าร่วมโครงการ)



เกษตรกรได้รับการรับรองและผ่านการประเมิน

เพิ่มขึ้นร้อยละ **50**



เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ

เฉลี่ย **3.24** ล้านบาทต่อปีต่อราย

## โครงการพัฒนาเกษตรกรชาวเขา เพื่อชีวิตที่ดีกว่า

ดำเนินโครงการโดย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเกษตรกรชาวเขาใน 4 จังหวัดภาคเหนือของไทย โดยการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร อาทิ กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี ที่มีความปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าคุณภาพมาตรฐาน ตามหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) มีการอบรมให้ความรู้ การประยุกต์ใช้การติดตั้งระบบตรวจสอบย้อนกลับ Makro i-trace มีการตรวจประเมินผลผลิตเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าทางการเกษตรที่ได้มีความสดใหม่ ปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ยอดขายสินค้าเกษตร **9,000** ตัน

คิดเป็นมูลค่า **162** ล้านบาท



รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น **2** เท่า



จำนวนเกษตรกรชาวเขาที่ร่วมโครงการกว่า

**1,000** ครัวเรือน

## โครงการปันทรัพย์สู่เกษตรกร

ดำเนินโครงการโดย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เสริมสร้างคุณภาพชีวิต ผ่านการสร้างงานสร้างรายได้ ให้แก่เกษตรกรบนพื้นที่สูงในพื้นที่อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีแรงจูงใจและเพิ่มสินค้าทางการเกษตรในรูปแบบเกษตรอินทรีย์ โดยความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานของสินค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้ามีความปลอดภัย น่าเชื่อถือตรวจสอบได้ผ่านระบบ Makro i-trace ตลอดจนได้รับการตรวจรับรองที่เป็นมาตรฐาน

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เกษตรกรได้รับการรับรองการผลิตสินค้า

ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพิ่มขึ้น **50** ครัวเรือน



ลดค่าใช้จ่ายการใช้เคมีภัณฑ์ **4,000** บาท



มูลค่าเพิ่มจากการปรับเปลี่ยนเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์

ร้อยละ **15 - 20**



รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้น **12,000** บาท ต่อปีต่อครัวเรือน

## โครงการกาแฟสร้างอาชีพ

บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด เดินหน้าสร้างอาชีพให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟของไทยอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากลงพื้นที่อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ให้ความรู้กับชาวบ้านเรื่องการปลูกกาแฟควบคู่ไปกับการรักษาป่าต้นน้ำ ลดการทำไร่เลื่อนลอย เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้คงอยู่กับชุมชนมากขึ้น การแปรรูปอย่างถูกต้องเพื่อผลผลิตที่มีคุณภาพ สนับสนุนเครื่องมือในการสร้างอาชีพ และรับซื้อเมล็ดกาแฟจากชุมชนในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ที่ยั่งยืนและได้อยู่ร่วมกันในชุมชน ขยายตลาดกาแฟเพื่อรองรับผลผลิตโดยการนำมาจัดจำหน่ายเป็นเครื่องดื่มในร้านกาแฟออลล์คาเฟ่

และร้านกาแฟมวลชน และพัฒนาเพื่อให้ได้สินค้าที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อจัดจำหน่ายให้กับร้านกาแฟในเครือ และลูกค้าภายนอก ปัจจุบันได้เพิ่มพื้นที่การสร้างอาชีพเกษตรกรในประเทศเพิ่มขึ้น อาทิ ปองขอน จังหวัดเชียงราย ดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ไส้โว่ จังหวัดกาญจนบุรี และพื้นที่เพาะปลูกใหม่ล่าสุด ที่ลอมซู จังหวัดตาก พัฒนาแหล่งชุมชนร่วมกับมูลนิธิสืบนาคะเสถียร โดยในปี 2563 มีเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 478 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่ 1,459 ไร่ รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรทั้งหมด 1,850 กิโลกรัม





## โครงการ “1 แก้วมวลชน 1 บาทเพื่อสังคม”

ร้านกาแฟมวลชน ภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจ “กาแฟคู่ชุมชน” หักรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่ม 1 บาท ต่อ 1 แก้ว เป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปบริจาคเป็นสาธารณประโยชน์ให้ชุมชน และสังคม วัด มูลนิธิ และองค์กรการกุศลต่าง ๆ อาทิ วัดพระบาทน้ำพุ วัดสวนแก้ว มูลนิธิสุชาติสี น้อยอินทร์ เพื่อเด็กและเยาวชน

มูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าพระยา ในพระราชูปถัมภ์ฯ และสถาบันการแพทย์จักรีนฤเบดินทร์ โรงพยาบาลรามธิบดี เป็นต้น โดยมียอดการบริจาคในปี 2563 เป็นจำนวนเงินรวม 3.1 ล้านบาท คิดเป็นยอดบริจาคสะสม ทั้ง 10 ปี มูลค่ากว่า 18 ล้านบาท

## โครงการสร้างอาชีพผู้ป่วยจิตเวชคืนสู่สังคม

ฝึกอาชีพผู้ป่วยจิตเวช เพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพทางจิตสังคมให้ผู้ป่วยกลับมาพึ่งพาตนเองได้ และอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด ร่วมกับมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าพระยา ในพระบรมราชูปถัมภ์ฯ คุณหญิงเอื้อปราณี เจียรวนนท์ จัดตั้ง “ร้านกาแฟหลังคาแดง” สร้างร้าน สนับสนุนอุปกรณ์ ฝึกอบรมทักษะการชงกาแฟ และการบริหารจัดการร้านให้กับผู้ป่วยและเจ้าหน้าที่ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อฝึกทักษะอาชีพให้กับผู้ป่วย และรับเข้าทำงานในร้านกาแฟมวลชนเพื่อให้ผู้ป่วยมีอาชีพรองรับ สามารถหาเลี้ยงตัวเองได้เมื่อต้องออกไปอยู่ร่วมกับสังคมภายนอก อีกทั้งช่วยสร้างรายได้ให้กับสถาบันฯ เพื่อนำไปพัฒนาในสวนงานอาชีพอื่น ๆ ให้กับผู้ป่วยรุ่นสู่รุ่น โดยปัจจุบันได้ฝึกทักษะให้กับผู้ป่วยไปแล้วกว่า 24 ราย และรับมาร่วมงานในร้านกาแฟมวลชน 3 ราย



## โครงการร่วมพัฒนาสินค้าศูนย์ภูฟ้า จัดจำหน่ายในร้านกาแฟมวลชน

ร่วมสร้างอาชีพให้กับเกษตรกรและพัฒนาสินค้าท้องถิ่นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ในความร่วมมือระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์ และโครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ภายใต้แนวคิด “จากภูมิปัญญาแผ่นดิน สู่การทำกินที่พอเพียง” พัฒนาสินค้าพื้นที่การเกษตรของชาวบ้าน อำเภอป่าสัก จังหวัดน่าน ปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย เพิ่มเติมข้อมูล

โภชนาการที่สำคัญ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ตอบรับกับผู้บริโภคปัจจุบัน อาทิ กล้วยฉาบ กล้วยอบ กล้วยสุกกรอบ แยมลูกหม่อน น้ำลูกหม่อน ชาเขียวภูฟ้าและชาอินทรีภูฟ้า รวมถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเมนูพิเศษประจำร้านกาแฟ จัดจำหน่ายในร้านกาแฟมวลชนกว่า 100 สาขาทั่วประเทศไทย

## มอบโอกาสและสร้างอาชีพให้กับผู้ประกอบการ

การสนับสนุนการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย เป็นหนึ่งในแนวทางการดำเนินงานสร้างคุณค่าให้กับสังคม อาทิ การให้ความรู้ด้านการตลาดเพื่อการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การจัดหาแรงงานในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ SMEs และผู้ประกอบการรายย่อยสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมอบโอกาสในการเป็นเจ้าของธุรกิจ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการประกอบ

ธุรกิจของ SMEs และผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการที่หลากหลาย อาทิ โครงการวันแห่งโอกาสดี โครงการ Business Matching โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping โครงการ TSC On-site Visit CP ALL เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีการเติบโตในการดำเนินธุรกิจ บริษัทสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐานระดับสากล ซึ่งสามารถยกระดับเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นให้มีศักยภาพมากขึ้น สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ

## โครงการวันแห่งโอกาสดี@CPALL

ซีพี ออลล์ ได้ดำเนินการโครงการอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน” เพื่อสร้างเสริมโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการวางจำหน่ายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่นและร้านค้าออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการรายย่อยในการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัท ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยจะสามารถลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์เพื่อนัดเจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) หรือสามารถปรึกษาขอข้อมูลเพิ่มเติม จากมุม เอสเอ็มอีคลินิก (SMEs Clinic) ทั้งด้านจัดการคุณภาพสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแนวทางการขยายตลาด เพื่อผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำเสนอสินค้าจำหน่ายในช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านค้าออนไลน์ 24 Shopping ออลล์ ออนไลน์ และร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส และผู้ประกอบการยังสามารถติดต่อขอคำปรึกษาจากเครือข่ายพันธมิตรของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และรับการสนับสนุนการลงทุนจากธนาคารชั้นนำ รวมทั้งแนวทางการทำธุรกิจจากสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย นอกจากนี้การร่วมธุรกิจแล้ว ยังเปิดโอกาสในการเสนอทำเลพื้นที่สำหรับเปิดร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และในด้านการส่งเสริมทรัพยากรบุคคล ยังเปิดโอกาสให้กับนักเรียนนักศึกษาสามารถสมัครเพื่อรับทุนการศึกษา ส่งเสริมให้มีบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับองค์กร ชุมชนและสังคม รวมถึงประเทศไทยในอนาคตต่อไป

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



สร้างโอกาสทางอาชีพ ร่วมทำงานกับบริษัท

กว่า **12** อัตรา



โอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

ในการเสนอสินค้ากว่า **135** ราย



## โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping

บริษัทได้ดำเนินโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการบริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มผู้ประกอบการภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 24 Shopping และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ช่วยสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง



โดยในปี 2563  
สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อยกว่า



1,096 ราย



คิดเป็นมูลค่ากว่า 8,191 ล้านบาท

## โครงการ Business Matching

บริษัทเดินหน้าสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ SMEs และผู้ประกอบการรายย่อย อย่างต่อเนื่อง โดยผนึกกำลังกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จัดงาน “เจรจาธุรกิจสร้างพันธมิตรกับ CP ALL Non-Trade” รุ่นที่ 2 เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับจ้างธุรกิจรับเหมา และธุรกิจผู้ให้บริการด้านงานสนับสนุน อาทิ ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ ร้านอุปกรณ์ไอที (IT) จำนวนกว่า 20 บริษัท เข้าร่วมสัมมนาและรับฟังแนวทางการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงการชี้แจงเงื่อนไขและข้อกำหนดเบื้องต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อม และสามารถเข้าร่วมธุรกิจกับบริษัทได้ตรงตามความต้องการและผ่านเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนด



## โครงการ U-Project “เสริมสร้างคู่คิด พัฒนารูทิกคุณ”

โครงการ U-Project “เสริมสร้างคู่คิด พัฒนารูทิกคุณ” เป็นโครงการที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องภายใต้ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ที่มุ่งพัฒนาศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการร้านโชห่วยให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และสร้างช่องทางการขายที่ยั่งยืนให้กับร้านโชห่วย ผ่านการร่วมจัดทำแผนพัฒนาที่มีความจำเพาะระหว่างพี่เลี้ยงจากสยามแม็คโคร และร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งพัฒนาร้านตามแนวทางการจัดการ และคำแนะนำต่าง ๆ ทุกขั้นตอนจากผู้เชี่ยวชาญ อาทิ การสรรหาสินค้า จัดเรียงสินค้า การจัดร้านให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และการโฆษณา นอกจากนี้ ยังมุ่งพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจโชห่วย และแก้ไขปัญหาการขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้า สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพร้านค้าปลีกรายย่อย และร้านโชห่วยให้เข้มแข็ง และก้าวทันต่อยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผ่านองค์ความรู้และประสบการณ์ที่แม็คโครได้ดำเนินการภายใต้ โครงการ “แม็คโครมิตรแท้โชห่วย” มาตลอดระยะเวลา 13 ปี ดังนั้น สยามแม็คโคร จึงร่วมมือกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในการยกระดับร้านโชห่วยสู่การเป็นร้านโชห่วย 4.0 อย่างยั่งยืน เพื่อให้สามารถแข่งขันและยืนหยัดได้ ท่ามกลางกระแสธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งสนับสนุนและพัฒนาด้วยองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีกที่ทันสมัย และเป็นสากลผ่านข้อมูล Big Data Analysis รวมถึงจัดกิจกรรมและเครื่องมือต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ผ่านการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ แนวทางการบริหารให้กับร้านค้าปลีกรายย่อย ร้านโชห่วย และร้านค้าประชารัฐด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ดังนี้



ชุดคู่มือ “การจัดการร้านค้าปลีกอย่างมืออาชีพ” ประกอบด้วยหลักการจัดการร้านค้าปลีก 8 หัวข้อ สำหรับผู้ที่สนใจเปิดร้านใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงร้าน หลักการวางแผนผังร้านและสินค้า เทคนิคเพิ่มยอดขายและกำไร เป็นต้น



บริการให้คำปรึกษาการจัดการร้านค้า ครอบคลุมถึงหลักการจัดการร้านค้าปลีก พร้อมด้วยเทคนิคต่าง ๆ แบบมืออาชีพ ที่ช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ภายใต้การฝึกอบรม สัมมนา และ Workshop ของแม็คโคร ที่จัดในทุกภูมิภาคตลอดปี



บริการการออกแบบแผนผังร้านค้า 3 มิติ



การพัฒนาองค์ความรู้ผ่านระบบ E-learning ตลอด 24 ชั่วโมงในช่องทาง [www.shohuaythai.com](http://www.shohuaythai.com)



บริการรับสั่งซื้อ จัดเตรียมสินค้า และจัดส่งสินค้า สำหรับร้านค้าประชารัฐ

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ในปี 2563

#### โครงการมิตรแท้โชห่วย



ร้านโชห่วยที่เข้าร่วมโครงการ

**67,325** ร้าน

ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิม

**13,267** ร้าน

หรือคิดเป็นร้อยละ **24**



ร้านโชห่วยที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น

ร้อยละ **15** โดยเฉลี่ย



ความพึงพอใจจากร้านค้าปลีกในชุมชน

ร้อยละ **4.35**

(คะแนนเต็ม 5 คือ อยู่ในเกณฑ์ดี)



ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วม

**7,867** แห่ง

(ตัวเลขสะสมตั้งแต่ปี 2552)



จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วม

**41,114** ราย

(ตัวเลขสะสมตั้งแต่ปี 2552)



## โครงการ Platform for Sustainable Thai SMEs

เป็นโครงการสร้าง Platform Online ที่เป็นชุมชนหรือ Community ของผู้ประกอบการที่เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน โดยมีพี่เลี้ยงเข้ามาสนับสนุน และดูแลในการสรรหาและเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจระหว่างฝั่งอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาความพร้อม SMEs และผู้ประกอบการรายย่อยไทยในการเข้าสู่ตลาด Modern Trade และเพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงให้แก่ SMEs ไทยทั้งกลุ่ม SMEs ที่มีการดำเนินงานอย่างแข็งแกร่ง มีมาตรฐาน กลุ่ม SMEs ทั่วไปที่มีศักยภาพ เริ่มเป็นที่รู้จัก และกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่ยังขาดคุณสมบัติด้านมาตรฐานเบื้องต้น

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เป็นเครื่องมือในการสร้างพื้นที่ซื้อขายออนไลน์ และเปิดโอกาสให้ SMEs ทั่วประเทศ และโครงการกิจกรรมความร่วมมือ อาทิ โครงการวันแห่งโอกาสดี@CP ALL SME D Bank หรือ กิจกรรมจัด Biz. Matching ได้เข้ามาเป็นชุมชนเดียวกันผ่านระบบนี้เพื่อทดสอบและประเมินสินค้าผลิตภัณฑ์ของตนเองว่ามีจุดแข็ง จุดปรับปรุง ในการเตรียมพร้อมสำหรับเสนองายผ่านช่องทาง Modern Trade

## สนับสนุนกลุ่มเปราะบาง สร้างความเท่าเทียมในสังคม

อีกหนึ่งแนวทางการดำเนินงานในการสร้างความเท่าเทียมกันในสังคม คือการสนับสนุนการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มเปราะบาง การเพิ่มของจำนวนประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้เกิดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำทางสังคม ถือเป็นอีกความท้าทายอย่างยิ่งของทั่วโลก

บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการสร้างความเท่าเทียมในสังคม ยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่สำหรับกลุ่มเปราะบางและผู้พิการ ตลอดจนสนับสนุนการเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐานได้อย่างเท่าเทียม ภายใต้โครงการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มเปราะบาง และผู้พิการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ อาทิ โครงการ CP ALL x Art Story by Autistic Thai สร้างโอกาสด้วยศิลปะ

## คืนคนดี สู่อสังคัม

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) เล็งเห็นความสำคัญของการให้โอกาสแก่ผู้หลงผิด ให้กลับสู่อสังคัมอย่างมีคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างโอกาส สร้างอาชีพ ตลอดจนการให้การศึกษาอบรม เพื่อเป็นรากฐานในการใช้ชีวิตในสังคัมต่อไป ดังนี้

### โครงการ “คืนคนดี มีอาชีพสู่อสังคัม”

โดยบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



- ดำเนินโครงการแล้วใน 5 เรือนจำ ประกอบด้วย เรือนจำชั่วคราวเวทกั้ง (จังหวัดเพชรบุรี) เรือนจำชั่วคราวแค่น้อย (จังหวัดเพชรบุรี) เรือนจำหล่มสัก (จังหวัดเพชรบุรี) เรือนจำจังหวัดเพชรบุรี และเรือนจำจังหวัดคนกบุรี
- จำนวนผู้ต้องงังเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 361 ราย
- ร้อยละ 100 ของผู้ต้องงังที่พ้นโทษได้รับการปล่อยตัวทั้งหมดไม่กลับมาทำผิดซ้ำอีก





### โครงการบ่มเพาะ คนดี มีทักษะ สู่สังคม

โดยวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เยาวชนเข้าร่วมฝึกอบรมทักษะ

วิชาชีพการทำกาแฟ/ สะสม **430** ราย



- เยาวชนได้รับการศึกษาต่อที่ศูนย์  
การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ สะสม

**51** ราย เป็นมูลค่า **2.7** ล้านบาท



- มอบอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์

สะสม **125** เครื่อง



- สร้างรายได้ระหว่างเรียนของเด็กและเยาวชน

**28,080 – 52,416** บาทต่อรายต่อปี



- อัตรากำลังแรงงานขององค์กร  
สถานประกอบการจากการฝึกอาชีพ  
ของนักเรียนนักศึกษา

**6** เดือนต่อรายต่อปี

### โครงการสนับสนุนกลุ่มผู้พิการและคุณภาพ

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการ “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน” จึงได้ดำเนินโครงการด้านการให้โอกาสแก่กลุ่มผู้พิการและคุณภาพให้มีโอกาสในการทำงาน และสร้างรายได้มาอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนารูปแบบการทำงานที่เหมาะสมตลอดจนจัดให้มีการพัฒนาทักษะและศักยภาพของผู้พิการและคุณภาพ โดยในปี 2563 บริษัทได้ขยายการจ้างงานและพัฒนาทักษะการทำงานให้แก่ผู้พิการและคุณภาพ นอกจากนี้ ยังจัดให้มีโครงการสนับสนุนโอกาสและรายได้ของผู้พิการและคุณภาพในสังคมอย่างต่อเนื่อง

## โครงการ CP ALL x Art Story by Autistic Thai สร้างโอกาสด้วยศิลปะ

เพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่เยาวชน และบุคคลออทิสติก บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้ประสานความร่วมมือกับมูลนิธิออทิสติกไทย ในการพัฒนาและจัดจำหน่ายสินค้าคอลเลกชันพิเศษ อาทิ หน้ากากผ้าพร้อมกระเป๋า ผ่านทางหน้าร้าน Boutique for All และ [www.shopat24.com](http://www.shopat24.com) โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจากการพัฒนาสินค้าจะมอบให้แก่มูลนิธิ ในการดำเนินกิจการต่อไป



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ยอดจำหน่ายหน้ากากผ้ากว่า **2,000** ชุด



รายได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายมอบให้แก่มูลนิธิ

ออทิสติกไทยประมาณ **184,184** บาท



ได้รับการส่งเสริมอาชีพ

จำนวน **20** ราย

## โครงการ ซีพี ออลล์ จากความห่วงใยสู่การให้โอกาส Giving Ambassadors : from “Care” to “Share”

บริษัทได้ประสานความร่วมมือไปยังศิลปินนักออกแบบแคร็กเตอร์ (Character) ที่มีชื่อเสียง และองค์กรผู้พิการที่มีความสนใจ ร่วมกันต่อยอดออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้พิการ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากผ้า เพื่อวางจำหน่ายผ่านทางช่องทาง 24 Shopping และมอบรายได้ทั้งหมดหลังหักค่าธรรมเนียมคลังสินค้า (Fulfillment Fee) แก่สมาคมองค์กรผู้พิการทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ สมาคมรวมใจคนพิการ จังหวัดอุดรธานี ชมรมบูรณาการคนพิการ อย่างยั่งยืน ตำบลปากโทก จังหวัดพิษณุโลก สมาคมคนพิการ จังหวัดอ่างทอง และศูนย์พัฒนาศักยภาพและอาชีพคนพิการ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยไม่หักค่าใช้จ่ายในการผลิตผ้าแคนวาส สายคล้องกระเป๋า และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีผู้พิการที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ จำนวน 95 ราย

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ผู้พิการที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ

**95** ราย



ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

**1,276** ชิ้น



สร้างรายได้ให้ผู้พิการ

**332,482** บาท

## โครงการ ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส : Giving Space

บริษัทได้จัดสรรพื้นที่หน้าร้านเซเว่นอีเลฟเว่นให้กลุ่มคนพิการเพื่อเป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้พิการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยในปี 2563 นำร่องดำเนินการไปแล้ว 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอ่างทอง ร่วมกับสมาคมคนพิการจังหวัดอ่างทอง และจังหวัดอุดรธานี ร่วมกับสมาคมรวมใจคนพิการจังหวัดอุดรธานี มีผู้พิการที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ จำนวน 55 ราย



## แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)



บริษัทยังคงมุ่งมั่นดำเนินการเสริมสร้างโอกาสให้กับสังคม ครอบคลุมกลุ่มเกษตรกร วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มเปราะบาง โดยให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือและสนับสนุนการปรับตัวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ เพื่อให้ผ่านพ้นสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 อันยากลำบากนี้ไปได้อย่างปลอดภัย

### กิจกรรมด้านการส่งเสริมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

#### โครงการปั้นเต้าแกัร้านอาหาร สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

โครงการปั้นเต้าแกัร้านอาหาร สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ปรับปรุง เปลี่ยน แม็คโครคู่คิด พลิกวิกฤตธุรกิจอาหาร สู่ริบทแห่งความยั่งยืน ดำเนินการขึ้นภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ซึ่งก่อให้เกิดสถานการณ์วิกฤตทางเศรษฐกิจ ทำให้มีผู้ได้รับผลกระทบจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้ว่างงาน รวมไปถึงผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการปรับตัวรับมือกับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เพื่อสร้างเครือข่ายการเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจอาหารแบบครบวงจร ผ่านแม็คโครไฮเรก้า อคาเดมี ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร และบรรเทาความเดือดร้อนภายใต้สถานการณ์วิกฤตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการเปิดพื้นที่ฟรีให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ของแม็คโครสาขาต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังร่วมสนับสนุนวัตถุดิบ ได้แก่ โครงการข้าวกล่องเซฟซึก เพื่อส่งต่อข้าวกล่องให้แก่ 5 ชุมชนในกรุงเทพมหานคร



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ยอดผู้ติดตามใน Facebook แม็คโครไฮเรก้า อคาเดมี กว่า **90,000** ราย



ยอดการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมบน Facebook แม็คโครไฮเรก้า อคาเดมี กว่า **1,475,000** ครั้ง



ยอดรับชมคอร์สออนไลน์กว่า **510,000** ครั้ง  
ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ **370** จากปี 2562



ผู้ประกอบการ เข้าร่วมโครงการแม็คโครเปิดพื้นที่ฟรีในช่วงโควิด-19 จำนวน **2,000** ร้านค้า ใน 64 สาขาแม็คโคร



ข้าวกล่อง **40,000** กล่อง  
ส่งต่อใน 50 ชุมชนของกรุงเทพมหานคร